

中国医药电子商务：困局与出路

胡海波

(广东药学院医药商学院, 广州 510006)

摘 要: 医药行业是我国四大重点技术创新行业之一, 也是公认适合发展电子商务的行业。本文从当前全球及国内医药电子商务的发展态势分析入手, 从多个层面和视角指出了我国医药电子商务发展中存在的主要症结和困局, 最后提出了发展医药电子商务的路径选择和政策安排。

关键词: 医药电子商务; 发展态势; 商业模式; 医药物流; 政策安排

中图分类号: G250, R203 **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2011.12.005

医药行业是我国四大重点技术创新产业之一, 也是一个技术密集程度高、投入多、效益好、风险大的国际性产业。同时, 医药行业也是世界公认的容易发展电子商务的行业。随着 Internet 的普及和电子商务的迅猛发展, 医药电子商务将是信息时代医药流通的未来之路, 通过 web 技术、电子商务技术, 建立一个覆盖整个医药购销过程的虚拟市场, 使得药品流通中的买方和卖方平等地面对一个公平透明的市场渠道, 医药行业进行电子商务化, 发展医药电子商务是大势所趋。

一、当前医药电子商务的发展业态

(一) 医药电子商务概述

一般认为, 医药电子商务是指药品生产者、经营者或使用者, 通过信息网络系统以电子数据信息交换的方式进行并完成各种商务活动和相关的服务活动^[1]。医药行业是一个国家监管比较严格的行业, 药品质量、用药安全关系到人们的身体健康, 所以药品的流通监管显得尤为重要。Internet 的发展打破了药品的传统流通渠道限制, 药品通过 Internet 进行交易、流通已经绕过了传统的监管体系, 使原有的监管体系在 Internet 环境下起不到作用。由于我国现存生产、流通领域等环节存在种种不合理因

素, 极大地导致药品生产经营秩序混乱, 药品购销中不正之风盛行, 因此, 必须建立行业有序竞争, 规范行业管理, 强化流通环节监督, 增强医药市场透明度和管理监控的力度, 大力加强医药行业的电子商务建设。

发展医药电子商务, 有利于整合医药资源, 推进医药体制改革。一方面, 可以提高药品流通的效率, 降低药品流通的成本, 对规范我国药品生产、流通、销售中的不正当竞争行为有非常重要的意义; 另一方面, 医药电子商务建设也是深化我国医药流通体制改革的主要内容之一, 对于推进我国医疗体制改革、实现医药分开的意义重大。

(二) 发达国家医药电子商务的发展态势

美国是药品电子商务开展较早的国家, 政府积极支持药品电子商务的发展。美国的医药电子商务经过十多年的发展, 不断深入和完善, 形成了 B2B、B2C、第三方医药电子商务交易平台 (公共交易平台) 等多种形式并存的局面, 并且通过发达的第三方物流网络完成药品的分销与配送。有数据显示, 全美上网人口中至少有 60% 表示曾在网上查询医疗保健相关资讯或购买过医药保健品, 当前, 全美有 1000 多家网上药店, 而目前与医疗保健相关的网站至少接近两万个。在美国, 一个合法的网上药

作者简介: 胡海波 (1978-), 男, 广东药学院教师; 研究方向: 信息资源管理, 电子商务等。

收稿日期: 2011年10月10日

店是这样操作的: 用户在网上药店开设一个账号, 提交信用卡和保险信息——由医师通过电话、传真、信函等形式向药店传递患者有效处方——用户拿到药品。2010年, 美国网上药店的销售规模占整个医药流通领域的近30%多, 医药电子商务已经成为其主要增长点, 其中把供应商与医院、药房和门诊部连为一体的B2B电子交易额甚是巨大, 网上诊断和网上药房等B2C交易额占据了很大份额, 美国的全球药品交易网(GHX)便是一个典型^[2]。

在欧洲, 欧洲主要国家医药厂商普遍认为电子商务为医药市场的发展提供了广阔的发展空间, 但在各国由于市场环境不同, 医药电子商务的发展程度也不尽相同。欧洲药剂师协会下属的药店90%以上都开展网上药品预订服务, 网上医药交易十分普遍, 医药行业已经完全进入网上交易时代, 但是各国政府对药品网上零售采取了一定的限制措施。

英国处于欧洲医药电子商务的领先地位, 英国皇家学会颁布了一系列网上药房的行业标准, 政府也发布了一个旨在支持医药电子商务的白皮书, 积极支持医药电子商务的发展。目前, 有几家大的网上药店已经营业, 英国首家网上药房Pharmacy向消费者出售处方药和OTC药, 并制定了一个在欧洲发展的计划, 另一家电子药房All cures也在积极谋求在欧洲的发展, 同时一些传统的零售连锁店, 如Boots也有意在近期开展电子商务^[3]。

法国互联网的普及程度在欧洲最低, 因此, 医药电子商务的发展在法国仍处于争论阶段。据法国国有药师学会的统计, 现有三十多家药店上网, 大多数是用来宣传和推荐保健和美容产品, 在没有法国药品监管部门许可的情况下, 有少数药店在网上销售OTC药品。

德国政府对网上交易药品有很严格的规定, 在德国, 无论网上还是网下只有药房才能经营药品, 但药剂师对医药电子商务的反对意见却特别大, 大部分药店的药师都明确反对在网上销售处方药, 甚至反对OTC药的销售, 消费者也持怀疑态度, 主要是出于安全原因。德国的药店虽反对电子商务, 但却争相上网, 很多的药店都有自己的门户网站, 德国药店拥有自己的网店比其他欧洲国家的总和还多。

在意大利, 药品监管部门明令禁止网上B2C交

易, 但药品经营者之间的B2B电子交易却很普遍, 意大利的药师更愿意通过电子邮件为病人提供帮助和咨询。另外, 意大利的消费者在互联网的使用很积极, 和其它欧洲国家不同的是, 意大利消费者对移动电话充满热情, 这对基于WAP的无线医药电子商务带来很大机会。此外, 意大利的国家药师协会的网站提供了关于全国药店的信息和大量关于症状与产品的信息, 在此网站上注册的药师还可以进入电子交易区做药品生意^[2-3]。

在瑞士, 有相当多药品是通过网上销售或邮购销售出去的, 瑞士的医药电子商务网络也覆盖了其他欧洲国家; 在瑞典, 所有的药房均属于一个叫做Apoteket的国营机构, Apoteket是在瑞典开展医药电子商务的理想组织^[3]。在亚洲, 日本政府也积极推进医药电子商务建设, 第三方医药电子商务平台是日本政府积极发展的模式, 日本的药品交易网便是最明显的例子。

(三)我国医药电子商务的发展现状

当前, 国内Internet已进入快速发展时期, 大约每两个小时就诞生一家网站, 医药健康网站也以平均每个月开通至少2个综合站点的速度发展, 电子商务在医药行业有了良好的开端。但与发达国家比较, 我国医药电子商务显得起步较晚、发展滞后、进程缓慢, 发展情况不容乐观。2005年, 国家食品药品监督管理局才允许企业申报互联网药品交易服务, 并把医药网上交易牌照分为B2B、B2C和第三方交易平台等三种牌照, 截止2010年3月为止, 经审核批准, 可以提供互联网药品交易服务的网站有43家, 其中, 针对个人消费者的网上药店有20家^[4]。网上销售占医药流通领域的市场份额几乎可以忽略不计。从网上交易额来看, 目前仅仅有少数几家B2C网上药店销售额超过千万元, 相比较而言, 我国医药电子商务仍处于市场培育阶段。

(四)医药电子商务的发展趋势

电子商务是现代经济发展的方向, 医药电子商务也是未来医药行业信息化的发展趋势。医药电子商务要以网络平台运营商为桥梁, 建立“医药生产企业——物流公司——医院(药房、药库)——银行”直接联系的模式, 能够实现药品的信息流、物流、资金流的“三流”完全统一。当前, 国内各类医药网站主要分为四类, 分别为医药企事业单位设立的

网站、收集和发布行业信息的网站、商业信息和服务网站,以及从事药品销售的商务网站。而随着现代信息技术的迅猛发展,药品交易行为从单一的柜台式销售向柜台与电子商务网络平台相结合的形式发展是必然的主流趋势。

二、我国医药电子商务发展中存在的主要困局

参照电子商务的交易模式,医药电子商务可分为 B2B(企业对企业)、B2C(企业对消费者)和第三方公共交易平台。B2B 模式包括有药品招标采购电子商务平台、中药材电子商务平台、医疗器械、试剂电子商务平台;B2C 模式指的是医药企业提供平台,直接将药品、医疗器械和医疗服务销售给终端客户,而第三方交易平台主要是医疗企业交易方提供网上交易场所和服务的交易平台,也包括医药行业信息的发布等。

(一)我国医药电子商务的商业模式与特点

目前,国内基于 B2C 的医药电子商务主要有两种平台模式:第一种模式是自建自采平台模式。这种模式是指药店依靠自己的资金、人力、物力及技术自建网上药店,独立运营推广。金象网、药房网、健客网等属于这种模式;第二种模式是第三方电子商务平台模式。这种模式是指药店依托第三方电子商务服务平台,利用第三方技术开辟网上药店。八百方医药健康网购商城就属于这种模式。

与其他行业电子商务的蓬勃发展相比,医药电子商务因交易物品的特殊性,其发展显得更为艰难。主要表现在:总体上电子商务应用分散,发展水平不高,从业公司规模偏小;从应用深度上,主要还是停留在信息服务层面,少有完整的电子商务服务;从商业模式上,网上药店发展受限制,以网上批发业务为主的 B2B 模式成为电子商务应用的主流。

当前我国医药电子商务存在的主要困局,可以从以下几个层面来探讨:

(二)宏观层面

(1)医药电子商务的准入门槛高。由于药品的特殊性,其关系到人的生命安全,而我国互联网市场管理尚不健全和规范,存在公众诚信缺失的情况。因此,国家对医药电子商务的准入条件设置高,监管非常严格,除了传统意义上的资质认证较难之

外,国家政策法规对医药流通领域的监管严格,尤其是对 B2C 模式的网上药店。

(2)医药电子商务的政策法规尚不健全。2005 年 12 月 1 日正式施行的《互联网药品交易服务审批暂行规定》指出,“从即日起,具备相应资质的企业可以在互联网上为药品生产企业、药品经营企业、医疗机构及个人提供药品交易服务”^[9],为我国医药电子商务的开展提供了法规指引,但是这些法律法规在很大程度上还属于程序法的范畴,内容上主要对互联网药品信息发布主体和互联网药品交易服务主体的资格及行政审批程序进行了规定,而对于电子商务运行中最为核心的问题,如电子交易、电子合同的法律效力、网上支付各当事人之间的法律关系、数据与隐私权保护、网上交易纠纷和交易抵赖等,涉及交易环节的有效性、安全性和相关方权益保护的问题,却涉及很少。药品是特殊商品,消费者如果在网络上购买到假药,引发身体健康乃至生命安全问题,亟需相关的法律、法规指引和规范。

(3)医药电子商务无法与医保对接。我国医保覆盖人群越来越广泛,且消费者可以在医院和实体药店通过刷医保卡来进行消费,节省了资金,而在网上购买药品无法与医保体系无缝对接,这是医药电子商务发展的一大致命缺点,网上购药的自费行为,限制了一大部分人的购买行为。

(4)监管仍存在漏洞,市场仍不规范。欧美国家 B2C 网上药店在会员注册时,均要求填写详细的客户资料,包括药物过敏史、既往病史、目前身体情况、用药情况及保险项目等,在会员购物时会有相应的提醒和预警^[10];而我国对这些关乎消费者健康的重要信息则没有足够认识,成为会员或者购物时“非常简单”。在处方药的销售方面,欧美有着严格的规定,必须要有医生处方方可购买,我国相关部门虽然也有此方面的规定,但是网上药店在销售过程中,打擦边球甚至明目张胆违反规定的情况屡见不鲜。同时,网站对消费者个人信息也存在管理漏洞,私人信息泄露情况时有发生,对消费者信心和忠诚度造成极大影响。以上这些都是需要政府层面去研究解决的。

(5)医药物流体系的不完善。药品由于其商品的特殊性,其作用是用来治病救人。因此,药品配送

对于配送的速度、配送条件等方面有较高的要求,尤其是对于客户的响应速度要敏捷,真正达到QR(quickly response)。一方面,目前的国内物流配送体系尚不完善,配送网络尚不发达,物流企业对客户的快速响应要求很难做到快捷、及时。另一方面,在我国医药流通领域,流通企业数量多、规模小、市场分散、效益低下的局面还没有根本的改观。具有全国性覆盖网络的大型物流配送中心在我国医药流通领域尚处在建设阶段。因此,降低了电子商务的应用价值,不能实现医药商品的高效流通。

(三)中观层面

(1)医药电子商务的运营、维护投入高,盈利周期长。建设医药电子商务尤其是B2C平台,前期的基础设施建设投入巨大,高达几百万元,之后还要投入运营费用和进行网络费用,由于药品的特殊性,药品网络推广所产生的成本更是高于其他商品。同时,由于单个的医药电子商务网站无法形成聚合效应和规模经济,加上药品的消费者群体相对较窄,盈利的周期就显得较长。

(2)医药电子商务企业面临的成本压力高。推进医药电子商务的药品网上招标采购(B2B)模式,目的在于降低流通环节的成本,在这种情况下,如果拿到牌照的医药企业无法降低药品的价格,那么,其与传统的医药企业在竞争中将不占据任何优势,这势必影响了医药企业参与电子商务的积极性,也不利于医药电子商务行业发展。如海虹医药网就是明显案例。

(3)网上销售药品的结构尚不合理。电子商务企业的竞争最担心的就是同质化竞争,而这一点在医药电子商务市场却很明显,大多数的B2C医药电子商务网站销售药品种类中,基本以保健品为主,品种相对匮乏,缺少多元化经营和差异化竞争。药品和医疗服务的同质化的竞争,导致竞争环境恶化,加上网上销售药品的折扣大多在10%左右,算上物流配送费用,与实体药店相比较,优势并不明显。

(4)医药电子商务企业的咨询服务不完备。一般而言,很多人如果只是普通的感冒、发烧,或不是患非常严重的疾病,一般会选择到药店咨询店员购买药品,店员在某种程度上充当了医生的角色,患者也相对会听取店员的意见。在这种情况下,医药电子商务企业如何为患者提供相关咨询服务呢?医

药电子商务企业的客服人员全部“执业药师化”是一种办法,这就要求执业药师既必须具有医药专业知识,又具有电子商务和网络营销等相关专业知识,这是医药电子商务企业面临的又一大挑战。

(四)微观层面

(1)消费者对医药电子商务的认同问题。从消费者的角度来看,药品关系人的身体健康,来不得半点马虎。近年来,人们通过网络购物买到假冒伪劣产品却投诉无门的事例时有发生,“新生”的医药电子商务如何博得消费者的认同?这是一个非常现实而迫切的问题。

(2)消费者的观念意识问题。传统的消费观中,买药就只有凭处方在医院药房或药店购买,在病人看来,这很有保障。在我国几亿的网购用户中,只有极少数的用户会尝试使用互联网进行药品网上交易。国内几家较早成立的B2C网上药店,注册用户也都只在100多万左右,活跃用户数量则更少,一般在20多万左右,形成了“上网的人不买药,买药的人不上网”的尴尬局面。

(3)部分医药企业社会责任缺失,非法医疗广告充斥着互联网。部分医药企业为了吸引消费者的眼球,通过搜索引擎投放大量的虚假医药广告,以此坑害蒙骗消费者,互联网药品市场混乱。

三、发展医药电子商务的路径选择与政策安排

营造医药电子商务发展的良好环境,积极推进医药企业信息化建设,推广电子商务应用,加速医药流通体制改革,完善管理体制,优化政策环境,充分发挥医药企业在开展电子商务应用中的主体作用,走以政府推动与医药企业主导相结合的路子,建立起政府与企业的良性互动机制,是我国当前医药电子商务发展的基本战略路径。

(一)加大医药行业信息化建设的投入

由于医药行业信息化建设起步较晚,医药信息化建设时间短。由于药品的特殊性,它相对其他商品有更严格的监管制度。现实情况是,我国医药行业的整体信息化水平较低,主要应用于药品零售行业、批发企业及生产企业。就应用领域而言,终端销售的信息化程度相对较高,批发经营企业、生产过程中的信息化程度次之。信息化程度的提高,为医

药电子商务的有效开展提供了可能,对于医药流通企业而言,信息化程度的提高意味着交易成本的下降。医药信息化应用程度的不断提高,为医药商业公司打开了销售市场并提供了一个很好的平台,减少了各地所需销售人员,节省了费用支出,有助于医药电子商务的发展。

(二)建立健全医药电子商务相关法律法规

医药电子商务的发展与运行需要有良好的政策与法律环境,为引导和推进电子商务的发展、调节和规范电子商务行为,目前,国家从不同角度对电子商务的发展所面临的政策与法律问题进行了研究,已经或正在制定和实施相关电子商务政策与法规。2005年1月,国务院办公厅发布《关于加快电子商务发展的若干意见》,2009年12月,商务部发布了关于加快流通领域电子商务发展的意见,提出要扶持传统流通企业应用电子商务开拓网上市场,培育一批管理运营规范、市场前景广阔的专业网络购物企业,扶持一批影响力和凝聚力较强的网上批发交易企业。迄今为止,国家共颁布了有关法规政策二十多部,涉及到电子商务、网上购物、电子支付与物流配送等方面,而专门针对医药电子商务的政策法规尚不健全。因此,国家医药监管部门应该加快制定医药电子商务发展与规范的指导意见和相关政策法规。

(三)规范医药电子商务网购平台的诚信体系与支付手段

目前,中国网络购物已进入高速增长期,成为最具代表性的新型消费模式。但随之而来的投诉纠纷却成为制约网购发展的瓶颈。对于医药电子商务网购而言,诚信体系和支付手段的建设显得尤为重要,若没有一个良好的诚信体系形成和诚信观念的养成,加上药品的特殊属性,这将阻挡更多的人加入到药品网购的行列中来。支付手段也同样重要,一个便捷、安全的支付手段将能为用户带来良好的购物体验。对于医药电子商务而言,实现药品网购与医保卡、农村合作医药卡的无缝对接,是解决当前医药电子商务支付中的主要办法,中国银联可以在这方面和医保部门作一些尝试和探索。

(四)加强对医药电子商务的监管力度,规范市场行为

医药电子商务包含了医疗机构、医药公司、银

行、药品生产单位、医药信息服务提供商、消费者以及保险公司等多个相互联系的参与者。在互联网上进行医药电子商务所经历的实际交易过程十分快捷、方便,交易双方甚至只用动动鼠标就能完成大宗药品的交易。然而,由于其参与者较多,保障交易顺利实施的环节较多,而任何一个环节都有可能潜藏着欺诈行为,各个参与者在交易过程中,任何一个环节出现问题,比如药品生产企业伙同信息服务商发布虚假药品广告,都会误导消费者,损害消费者的利益。医疗机构也普遍存在着拖欠药款问题,往往不能按时支付货款,从而严重影响生产企业的资金周转。这些问题的存在都有可能导致交易无法顺利进行,甚至影响到人民群众的生命健康,造成比较严重的后果。交易的各方都迫切需要药品监督管理部门加强对医药电子商务领域的监督管理来确保交易过程的安全与公正,为医药电子商务在我国的顺利健康发展提供强有力的外部保障。因此,必须加强对医药电子商务的监督管理来确保药品在互联网交易过程及其网下配送过程中的药品质量问题,确保网上交易过程中药品的安全性,使社会逐渐培养出对医药电子商务较强的认同感,以便早日得到广大消费者的普遍认可。

(五)完善现有医药物流体系与物流配送网络

电子商务的发达与否高度依赖于物流体系的发达程度,如物流配送网络的完善与否,物流配送速度的快捷与否,物流企业对客户的响应速度如何等方面。医药物流不是简单的药品进、销、存或者是药品配送,而是依托一定的物流设备、技术和物流管理信息系统,有效整合营销渠道上下游资源,通过优化药品供销配运环节中的验收、存储、分拣、配送等作业过程,提高订单处理能力,降低货物分拣差错,缩短库存及配送时间,减少物流成本,提高服务水平和资金使用效益,实现自动化、信息化和效益化。据测算,如果药品流通实现全过程电子商务化,物流环节的成本至少可以降低30%^[9]。药品是特殊商品,对配送速度有很高要求。因此,加快现有物流体系的建设,提高物流企业配送效率和水平,已成为医药电子商务的当务之急。

(六)培养医药电子商务人才,建立执业药师客户服务制度

人才的培养也是医药电子商务发展的关键,懂

医药同时懂电子商务的人才实在少。同时,电子商务人才流动率较高,且其他行业电子商务的待遇较医药电子商务要高一些。如何留住人才,也是医药电子商务企业要思考的一个问题。当前,要探索建立“执业药师客户服务”机制,大力培训执业药师的电子商务知识,使其在医药电子商务的客户服务中充当主要角色。

结束语

积极发展医药电子商务,搭建药品零售第三方电子商务平台将成为我国“十二五”药品流通的新兴业态。一方面,医药电子商务通过开放平台使药品流通透明化,也有利于抵制医药购销环节中的不正之风;另一方面,从医药流通体制的角度出发,在医院信息系统和制药企业信息系统之间搭建一个开放性的、信息共享的医药流通电子商务平台。通过市场化的导向,将药品流通的业务流程信息化,提高监管水平、降低交易成本、改善信息不对称状况,达到流程信息化、程序透明化、监管公开化。这

些都是解决老百姓看病难、看病贵的有效途径。■

参考文献:

- [1] 汤少梁,申俊龙. 医药电子商务. 南京:南京大学出版社, 2009.
- [2] 中国电子商务研究中心. <http://b2b.toocle.com>.
- [3] 2010 年中国医药行业电子商务网站调查数据. <http://b2b.toocle.com/detail-5752382.html>. 2011-04-28.
- [4] 胡海波. 影响我国电子商务发展的症结与政策建议. 现代情报, 2004, (8).
- [5] 吕文龙. 医药电子商务的蓝海. 互联网周刊, 2010, (11).
- [6] 王国妮. 我国 B2C 医药电子商务的发展现状与策略分析. 太原师范学院学报, 2010, (3).
- [7] 陈火根. 我国医药电子商务模式——“珍藏模式”的探讨. 电子商务, 2009, (12).
- [8] 医药电子商务将成“十二五”流通新兴业态. <http://b2b.toocle.com/detail-5717922.html>. 2011-03-31.
- [9] 李江宁,吴清纯. 从国外电子商务立法现状到对我国医药电子商务立法现状的分析. 首都医药, 2006, (8).

Study on Medical e-Commerce in China: Dilemma and Path

HU Haibo

(Guangdong Pharmacy University, Guangzhou 510006)

Abstract: Pharmaceutical industry is one of the four key technical innovation industry in China. It is all acceptable that pharmaceutical industry is suitable for e-commerce. The paper analyzes the current pharmaceutical industry e-commerce development and introduces the problems and predicaments from various perspectives and finally puts forward some routes and policy arrangements about pharmaceutical industry e-commerce.

Key words: medical e-commerce; development trend; business model; medical logistics; policy arrangements